

**PENGUNAAN *GOOGLE DOODLES*
SEBAGAI SIMBOL *COMMUNICATION ACROSS CULTURE*
(Riset Dokumentasi terhadap Google Doodles Periode Tahun 1998-2010)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

TEGUH TRIGUNA

07 09 03223 / ILMU KOMUNIKASI

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN

Penggunaan Google Doodles Sebagai *Communication Across Culture*

(Riset Dokumentasi terhadap Google Doodles Periode Tahun 1998-2010)

SKRIPSI

Disusun Guna melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

TEGUH TRIGUNA

No. Mhs : 07 09 03223 / KOM

Disetujui oleh:



F. Anita Herawati, M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penggunaan Google Doodles Sebagai *Communication Across Culture*

Penyusun : Teguh Triguna

NIM : 07 09 03223

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Rabu, 21 Desember 2011

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

Tim Penguji

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

F. Anita Herawati, M.Si.

Penguji 1

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, Msi

Penguji 2



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teguh Triguna

N.I.M : 07 09 03223

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Penggunaan Google Doodles Sebagai Simbol *Communication Across Culture*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiatisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh Tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi.

Yogyakarta, 22 Desember 2011

Saya yang menyatakan

Teguh Triguna



*Sebagai kesaksiaanku bahwa aku memiliki:
Tuhan & Orang Tua yang luar biasa.*

*Bagiku, kuliah adalah pelayanan & kesaksian,
Sedangkan kelulusanku adalah pengutusan.*



ABSTRAKSI

Aktivitas komunikasi pemasaran lintas budaya bukanlah aktivitas pemasaran yang diarahkan langsung kepada audiens secara individualistik, bentuk pemasaran ini digunakan pemasar dengan cara memanfaatkan kesamaan budaya yang bersifat arbitrier (kesepakatan bersama) dan diakui bersama untuk berkomunikasi dengan audiens. Artinya *marketing communication across culture* tidak berfokus untuk berkomunikasi kepada individu-individu secara langsung sebagai tujuan akhir dari sebuah bentuk aktivitas pemasaran, tetapi memanfaatkan terlebih dulu budaya yang sudah diakui oleh *target audiences* sebagai sistem arbitrier untuk kemudian digunakan sebagai isi pesan komunikasi oleh *marketers* kepada khalayak sasaran.

Kekuatan merek Google saat ini tidak terjadi secara tiba-tiba. Google tampaknya tidak mendapatkan kekuatan merek tersebut secara instant. Peneliti menemukan bahwa ada satu cara yang dilakukan Google yang sepertinya tidak dilakukan merek lain secara baik. Google melakukan cara ini secara konsisten, rutin dan tepat sasaran karena memanfaatkan keberagaman budaya dan isu lokal di berbagai negara. Cara ini disebut dengan istilah *marketing communication across culture* atau dikenal juga sebagai komunikasi pemasaran lintas budaya.

Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan mendeskripsikan perkembangan Google Doodles sebagai bentuk komunikasi pemasaran lintas budaya pada periode tahun 1998-2010. Perkembangan tersebut meliputi karakteristik visual dan perkembangan tema komunikasi Google Doodles tahun 1998-2010 sebagai bentuk komunikasi pemasaran lintas budaya.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumenter dan studi pustaka. Metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen resmi interen, yaitu berupa bahan-bahan informasi yang dikeluarkan oleh institusi terkait secara resmi. Data penelitian dokumenter ini adalah informasi yang disimpan atau didokumentasikan sebagai bahan dokumenter, yakni data pada *Google*.

Model proses komunikasi Kotler memang didapati di tataran proses komunikasi pemasaran lintas budaya Google doodles yang diarahkan pada *internet users* atau target audiens di masing-masing wilayah geografis dengan domain yang berbeda-beda. Isi pesan komunikasi Google Doodles (skala global) yang tidak selalu hanya didasarkan pada *field of experiences* target audiens, tetapi juga pada isu-isu yang dianggap dapat diterima sebagai hal yang bisa menimbulkan *interest* pada khalayak sasaran.

Hasil kolektivitas data intensitas Google Doodles menunjukkan kategorisasi isi pesan komunikasi yang digunakan Google sebagai simbol komunikasi lintas budaya, seperti: Hari Kemerdekaan, Hari Nasional, Tokoh, Kebudayaan Lokal, *Environment*, *Political Issue*, *Holiday*, Olahraga, Perusahaan, *Social Issues*, *Science*, *Award*, *Doodle Competition*, *Education*, *Cartoon*, dan *Global Games*. Hal tersebut dapat diamati dari jumlah Google doodles secara global maupun lokal dengan jangkauan domain Google yang meningkat tiap tahun sepanjang periode tahun 1998-2010.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Lintas Budaya, Logo, Budaya, Google Doodles

KATA PENGANTAR

Beshem Eloah Harakhman Harakhimim, Melekh Yom Haddin (Dengan nama Tuhan Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Raja Hari Pengadilan).

Puji syukur kepada Papa di Surga, kasih karunia-Nya sungguh memberikan penyertaan untuk menyelesaikan penelitian ini. Syukur atas pendampingan Roh Kudus pada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul : ***Penggunaan Google Doodles Sebagai Simbol Communication Across Culture.***

Penelitian ini akan memaparkan penjelasan mengenai komunikasi lintas budaya yang dilakukan Google melalui Google Doodles. Selain itu, laporan ini diharapkan bisa menjadi rekomendasi yang dapat berguna bagi perkembangan industri kreatif, terutama dalam bidang *communication across culture*.

Merupakan suatu anugerah bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan proses studi S1 melalui skripsi ini. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang sudah membantu, yaitu:

1. *Yeshua Ha'masiach*, **Tuhan Yesus Kristus**, Sang Imanuel.

Makasih, untuk penebusan-Mu, mujizat donatur di awal kuliah, beasiswa-beasiswa di setiap semester, prestasi dan penghargaan akademis dan non-akademis, serta tanggung jawab pelayanan mahasiswa dan pelajar yang pernah Engkau berikan selama 4,5 tahun di Atma Jaya. Aku mengerti sekarang, bahwa kuliah adalah pelayanan dan kelulusanku adalah pengutusan, semua karena Kasih Karunia.

2. Papah dan mamah, **Andri Hadijanto dan Gouw Gwat Hwa.**

Pah, Mah, terima kasih untuk iman, doa, dan pengharapan Papah dan Mamah tiap malam buat Teguh. Sekarang Papa dan Mama pasti lihat, bahwa pengharapan di dalam Yesus tidak pernah mengecewakan. Gelar ini bukan hanya untuk Teguh, gelar ini bukti kalau Papah & Mamah adalah orang tua yang luar biasa. Teguh sayang Papa dan Mama.

3. Kedua kakak kandungku, **Ci Syanti, Ci Anne** dan seluruh keluarga.

Terima kasih Tuhan kalau Teguh punya kedua Cici yang luar biasa, Makasih ya, Ci, atas semua bentuk dukungan untuk gelar sarjana ini. Makasih untuk **Ko Erick** dan **'Nso Eka** yang udah bantu Teguh. Makasih buat seluruh keluarga Papa dan Mama, Teguh berdoa agar Yesus selalu menjadi Tuhan di dalam keluargaku.

4. Kedua sponsorship studiku, **Om Tjandra, Tante Cucu** dan keluarga.

Terima kasih kalau Om dan Tante jadi alat Tuhan untuk sponsorship beasiswa Teguh di awal kuliah. Sungguh mujizat yang luar biasa melalui Om dan Tante di 13 Desember 2006. Saat itu, aku baru paham: Tuhanku itu sungguh adalah Bapaku!

5. Dosen Pembimbing, **F. Anita Herawati, SIP., M.Si.**

Terima kasih, Bu atas bimbingan, bantuan, sindiran, dan motivasi ibu selama proses pengerjaan skripsi ini. Thanks juga Bu, atas berbagai proyek penelitian yang Ibu percayakan selama Teguh kuliah. Semoga buku *Safe in the Shepherd's Arms* menjadi koleksi yang berharga di rak buku Ibu. Dibaca ya, Bu.. ☺

6. Dosen Penguji, **Drs. Agus Putranto, M. Si.** dan **Dhyah Ayu R. W., S. Sos, M.Si.**

Terima kasih untuk saran dan kritik dalam proses penyempurnaan skripsi ini.

7. Seluruh **dosen FISIP**, bagian **Tata Usaha FISIP**, dan **Tim Security**, Tim **Cleaning Service**, **Tim Petugas Parkir FISIP** dan **seluruh karyawan UAJY**.

Akhirnya Teguh lulus! Yeay! Akhirnya hilang sudah satu mahasiswa yang sangat merepotkan ibu dan bapak selama 4,5 tahun dalam urusan administrasi, perijinan, peminjaman ruang, LCD, *Screen*, *Microphone*, *Wireless* dan hal-hal lainnya.

8. Terima Kasih untuk **Gembala Sidang, Mentor, Orang Tua dan Kakak rohani**.

Terima Kasih untuk didikan Firman dan pengurapan melalui Gembala Gereja CWS El Yabes Yogyakarta: **Ps. Heru Johananta**. Terima kasih untuk **Tante Nadya** yang udah banyak beri pengertian dan arahan untuk bertindak sesuai dengan prinsip Kerajaan Allah. Terima kasih untuk **Jamie Kemp** dalam memberikan perspektif baru. *Thanks* untuk **Ko Mike Alexander, Ko Herry. Bang Binsar, dan Ko Simon**. Kiranya Tuhan semakin memperbesar kapasitas kalian.

9. Terima Kasih untuk para sahabat.

Thanks untuk **Grisselda, Go Cindy, Hanna, Isabella, Andreas, dan Bu Dokter Linda**. Kalian sahabat yang luar biasa! Thanks juga untuk **Abuna Cakra Wirawan, Mas Koko, Kak Yochebed, Kak Mera, dan Kak Linda Suryani, Kak Catherine, Inang Siska Sitanggang, dan Mace Magrid Sawor**, kalian kakak sekaligus sahabat yang bener-bener keren!

10. Terima kasih Tuhan untuk adik-adik yang luar biasa.

Terima kasih **Christopher, Jo, Oky, Michelle, Lisa, Nita, Nedta, Putri, Kadek, Icing, Holland, Yopie, Priska, Icing, Dita, Eko, dan Leo**. Kakak bangga punya adik yang luar biasa seperti kalian, semakin melesat di pelayanan gereja dan sekolah kalian ya. Thanks untuk **Boby Fe, Jhe, Andi Buana, Galih, dan Daniel**,

aku salut kalian bisa menjadi sahabat saat dalam kondisi ‘Galau’, hahaha..., selanjutnya tunjukkan kalau gelar sarjana kalian bisa memuliakan Tuhan. Thanks juga di akhir masa kuliahku, Tuhan telah pertemuan dengan adik-adik maba 2011 yang luar biasa melesat di dalam karakter dan pengurapan: **Wisdom, Odit, Edgar, Derryl, Victor (a.k.a Ko Tor), Qingren (Ko Bok An a.k.a), Catur, David Mamesah(a.k.a Ko Pit), Eko, Tutut, Kresnal, Ayub, Deva, Sem, Dea, Bowo, Cio, Itek, Vera, Lesty, Stelah, Yune.** Terima Kasih Tuhan kalau Teguh boleh kenal mereka sebelum menyelesaikan studi di Atma Jaya.

11. Terima Kasih untuk orang-orang se-pelayanan selama di Yogyakarta.

Thanks Tuhan, Teguh bisa lihat mujizat dan jawaban Tuhan di **PMK Oikumene UAJY** sebelum Teguh lulus, untuk semua **Anak Oikumene** yang gak bisa kakak sebutkan semua namanya; kalian semua adalah salah satu mujizat terindah yang Tuhan kasih di akhir masa studiku, *seriously!* Thanks untuk **On Fire FISIP UAJY** dan terima kasih udah bagi semangat untuk PMK Oikumene, thanks juga untuk orang-orang di dalamnya yang semoga akan semakin ‘kebakaran’: **Vidi, Dwika, Tiwok, Riska, Badai, Kunthi, Cizta, Prince, Isza, dan Priska, Vini, Roy, Yetri, Tuti, Kak Dempta.** Thanks untuk pelayanan **Jaringan Doa Sekota dan Menara Doa Kota Yogyakarta**, thanks untuk **Mbak Wiwid dan Keluarga Dr. Rahmani.** Thanks Tuhan untuk bisa jadi bagian dalam keluarga **Christ Image Jogja, Forum Cinta Anak Bangsa, Go Jabez! GKN Filadelfia, dan Pelayanan Persekutuan Pelajar SMP-SMA.** Pelayanan ini kiranya Tuhan terima sebagai korban syukurku atas kasih Tuhan.

12. Thanks untuk seluruh sobat di kelompok profesi, UKM dan organisasi kampus.

Terima kasih untuk sobat di **Atma Jaya Broadcasting Network (ABN) 2008: Catur, Sinta, Cemuz, Espe, Nurul, Jimmy, Yoan**. Terima kasih untuk sobat di **Bohlam Advertising 2009: Yoelius, Yogi, Ganjar, Mbak Win, Madith, Gandhi, Natal, dan Tita**. Terima kasih juga untuk pengalaman ber-UKM di **Marching Band dan Teater Lilin Atma Jaya**.

13. Thanks untuk rekan seperjuangan Ilmu Komunikasi FISIP UAJY!

Thanks untuk **Nindi, Teo, Abul, Dikta, Aya, Agus, Wewen, Vici, Nina, Efrida, Adit, Dimas, Fera, Poey Dhika, Boim, Siska, Linda, Seanne**, dan teman-teman Ilmu Komunikasi FISIP lainnya, *God bless you!*

14. Terima kasih untuk rekan-rekan KKL 2010.

Thanks untuk **PT. Magnivate Group** dan seluruh Tim Magnivate Touch, Engage, Connect, dan Insight. Big Thanks!

15. Terima kasih untuk semua teman dan pihak yang belum disebutkan, yang sudah mendukung dalam proses pembelajaran dan penyelesaian studi S1 melalui penelitian ini.

Pada akhirnya, penulis menyadari masih banyak kekurangan pada laporan ini, maka penulis bersikap terbuka untuk menerima saran, tanggapan, dan kritik membangun dari setiap pembaca skripsi ini.

Yogyakarta, 22 Desember 2011

Teguh Triguna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	2
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN	8
E. KERANGKA TEORI	8
F. KERANGKA KONSEP	28

G. METODOLOGI PENELITIAN	32
BAB II TINJAUAN UMUM OBJEK PENELITIAN	38
A. SEJARAH <i>SEARCH ENGINE</i> GOOGLE	38
B. SEJARAH LOGO PERUSAHAAN GOOGLE	43
C. SEJARAH GOOGLE DOODLES SEBAGAI MARKETING COMMUNICATION ACROSS CULTURE	47
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. KATEGORISASI DATA GOOGLE DOODLES PERIODE TAHUN 1998-2010	51
B. PEMBAHASAN GOOGLE DOODLES PERIODE TAHUN 1998-2010	
BAB IV PENUTUP	117
A. KESIMPULAN	117
B. SARAN	119
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Merek Termahal di Dunia Tahun 2011 Versi <i>Brand Finance</i>	3
Gambar 1.2 Top 5 Alexa Traffic Rank	4
Gambar 1.3 Google Doodles Indonesian's Independence Day	6
Gambar 1.4 Google Doodles Final World Cup	7
Gambar 1.5 The Model of the Communication Process in Kotler	12
Gambar 2.1 Sejarah Logo Perusahaan Google	44
Gambar 3.1 Google Doodles Diterbitkan Lebih dari 1 Negara	54
Gambar 3.2 Google Doodles Jenis File Vektor	58
Gambar 3.3 Google Doodles Jenis File Bitmap	59
Gambar 3.4 Google Doodles Jenis File Flash Player	60
Gambar 3.5 Google Doodles Jenis File Exe	61
Gambar 3.6 Google Doodles Jenis File Hyperlink	62
Gambar 3.7 Google Doodles Memiliki 2 Isi Pesan	64
Gambar 3.8 Google Doodles di hari kemerdekaan	65
Gambar 3.9 Google Doodles Tema hari Nasional	67
Gambar 3.10 Contoh Google Doodles <i>Content</i> Tokoh	68
Gambar 3.11 Google Doodles Bertema Lokal dengan Cakupan Global	69
Gambar 3.12 Contoh Google Doodles <i>Content</i> Environment	71
Gambar 3.13 Contoh Google Doodles Political Issue	73
Gambar 3.14 Contoh Google Doodles Tema Holiday	74
Gambar 3.15 Contoh Google Doodles Tema Olahraga	75
Gambar 3.16 Contoh Google Doodles Tema Perusahaan	76
Gambar 3.17 Contoh Google Doodles Tema Isu Sosial	77
Gambar 3.18 Contoh Google Doodles Tema <i>Science</i>	78
Gambar 3.19 Contoh Google Doodles Tema <i>Award</i>	79
Gambar 3.20 Logo Doodle 4 Google Competition	80
Gambar 3.21 Contoh Google Doodles Tema Doodle Competition	81

Gambar 3.22 Contoh Google Doodles Tema Pendidikan	82
Gambar 3.23 Contoh Google Doodles Tema Kartun	83
Gambar 3.24 Contoh Google Doodles Tema Gabungan	84
Gambar 3.25 Contoh Google Doodles Tema Games	85
Gambar 3.26 Contoh Tipe <i>Font Serif</i>	86
Gambar 3.27 Contoh Tipe Font Sans serif	87
Gambar 3.28 Contoh Google Doodles Dengan Tagline jenis <i>Font Sans Serif</i>	88
Gambar 3.29 Contoh Google Doodles Dengan Tagline jenis <i>Font Script</i>	89
Gambar 3.30 Contoh Google Doodles Dengan Tipe Visual Iconic / Symbolic	90
Gambar 3.31 Contoh Google Doodles Dengan Tipe Visual <i>Combination Mark</i>	91
Gambar 3.31 Perubahan <i>Official Logo</i> Google Tahun 1998-2010	93
Gambar 3.32 Perubahan <i>Official Logo</i> dalam Google Doodles	94
Gambar 3.34 Google Doodles Versi Bersambung	95
Gambar 3.34 Google Doodles Versi Serial	96
Gambar 3.34 Perkembangan Visual Google Doodles Tema Holiday	98
Gambar 3.35 Visual Google Doodles tidak menampilkan <i>Official Logo</i>	101
Gambar 3.36 <i>Official Logo Google</i> Tahun 1998 & 2010	102
Gambar 3.37 Contoh Penggunaan Warna pada Google Doodles	104
Gambar 3.38 Daun <i>three clovers</i> yang dipakai St. Patrick Dalam Pengajaran Trinitas	105
Gambar 3.39 Google Doodles dengan Lambang Negara dan Simbol Budaya	106
Gambar 3.40 Keserupaan Visual dan Tema Google Doodles	108
Gambar 3.41 Model Komunikasi lintas budaya	109
Gambar 3.42 <i>Print Screen</i> Media Sosial Google di Facebook	113
Gambar 3.43 Data Keywords Google Doodles	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Google at Glance	39
Tabel 2.2 Daftar Domain Google	42
Tabel 2.3 Tabel Distribusi Google Doodles tahun 1998-2010	49
Tabel 3.1 Tabel Intensitas Google Doodles Tahun 1998-2010	52
Tabel 3.2 Tabel Penigkatan Domain Wilayah Negara yang memiliki Google Doodles	56
Tabel 3.3 Jenis File Google Doodles Periode Tahun 1998-2010	57
Tabel 3.4 Tabel <i>Content</i> Google Doodles tahun 1998-2010	63
Tabel 3.5 Tabel Data Isi pesan dan Tipe Target Audiens	111

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Tabel Coding Google Doodles Tahun 1998
- Lampiran 2 Tabel Coding Google Doodles Tahun 1999
- Lampiran 3 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2000
- Lampiran 4 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2001
- Lampiran 5 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2002
- Lampiran 6 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2003
- Lampiran 7 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2004
- Lampiran 8 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2005
- Lampiran 9 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2006
- Lampiran 10 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2007
- Lampiran 11 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2008
- Lampiran 12 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2009
- Lampiran 13 Tabel Coding Google Doodles Tahun 2010
- Lampiran 14 Tabel Coding Google Doodles Kategori Kemerdekaan
- Lampiran 15 Tabel Coding Google Doodles Kategori Hari Nasional
- Lampiran 16 Tabel Coding Google Doodles Kategori Tokoh
- Lampiran 17 Tabel Coding Google Doodles Kategori Kebudayaan Lokal
- Lampiran 18 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Environment*
- Lampiran 19 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Political Issue*
- Lampiran 20 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Holiday*
- Lampiran 21 Tabel Coding Google Doodles Kategori Olahraga

Lampiran 22 Tabel Coding Google Doodles Kategori Perusahaan

Lampiran 23 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Social Issues*

Lampiran 24 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Science*

Lampiran 25 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Award*

Lampiran 26 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Doodle Competition*

Lampiran 27 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Education*

Lampiran 28 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Cartoon*

Lampiran 29 Tabel Coding Google Doodles Kategori Gabungan

Lampiran 30 Tabel Coding Google Doodles Kategori *Games*

Lampiran 31 Tabel Data Instrumen Penelitian

Lampiran 32 Google Doodle Board Decision